Mode d’emploi.

Plan de la présentation

L'écotourisme sur le terrain :

- L'expérience des Cévennes
- L'écotourisme au Québec
- Les enjeux et les limites du concept

Les coulisses de l'écotourisme :

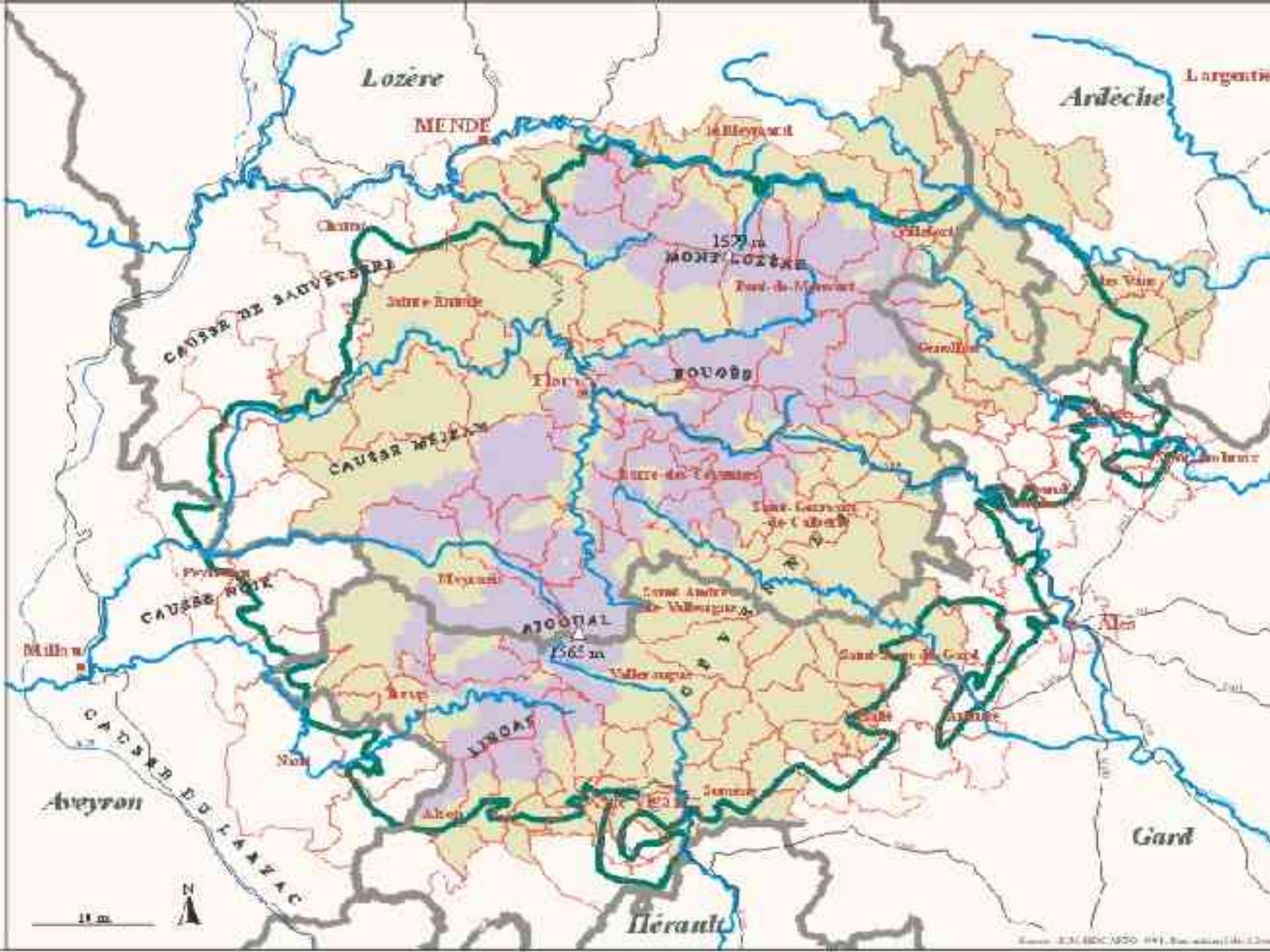
- Qu'est ce qu'une prestation ou un produit écotouristique ?

La destination « Landes de Gasgogne »

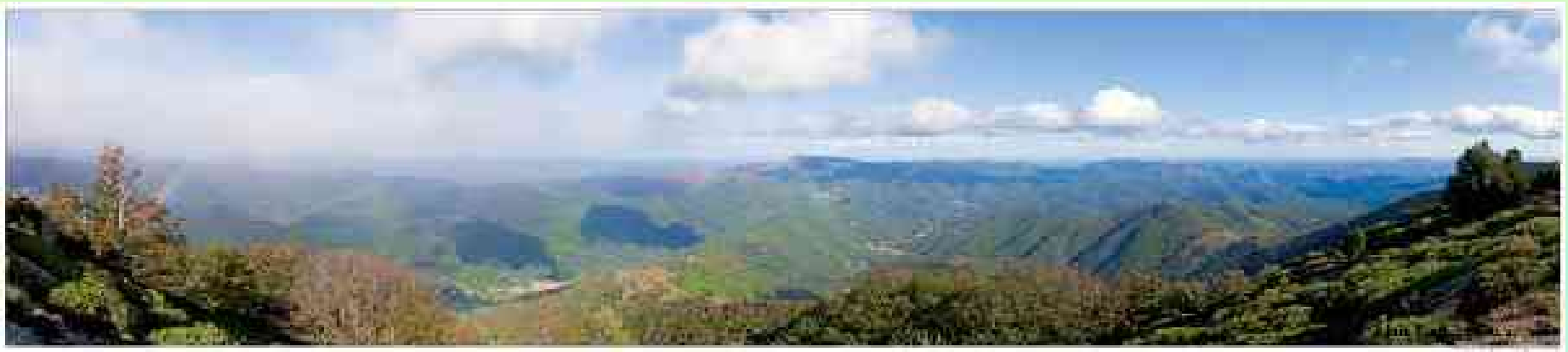
L’écotourisme sur le terrain :

L’expérience du Parc national des Cévennes :

- Le territoire
- La charte européenne du tourisme durable
- L’association Cévennes Ecotourisme
- Les réalisations


Lozère
MENDE
Ardèche
Aveyron
Gard
Hérault
1552 m
MONT LOZÈRE
ROUGIER
CAUSSE DE SAUVETERRE
CAUSSE MEJEAN
CAUSSE NOIR
CAUSSE DU LARZAC
AIGOUAL
1562 m
Millau
Alès
LINGAS
N
10 m

Une diversité de paysages, une identité forte.



Une diversité de paysages, une identité forte.

Une diversité de paysages, une identité forte.

L'enjeu du tourisme

- 1ière activité économique
- 1 million de visiteurs par an dont 250 000 « pour » le Parc
- 900 prestataires de services
- CA de l'hébergement marchand entre 80 et 100 M€

Entre « consommation » d'espace naturel, et activité indispensable à la vie du territoire, quel « modèle touristique » soutenir ?

La charte européenne du tourisme durable

Un outil de concertation et de qualification de l'offre

www.europarc.org

3 mots clés :

- Partenariat
- Démarche de progrès
- Accompagnement « sur mesure »

L’agrément au titre de la CETD

- Une procédure en 5 étapes
- Un contrat de partenariat sur 3 ans
- Des avantages pour l’espace protégé
- Des bénéfices pour l’entreprise

L'accompagnement des entreprises touristiques

L'association Cévennes Ecotourisme :

- Créée en 2001
- Objectif :

  Promouvoir l'écotourisme et le tourisme durable tel qu'il est défini dans la CETD au travers de l'animation du réseau de professionnel.

L'accompagnement des entreprises touristiques

Le réseau de professionnels :

- 60 entreprises (hébergeurs, professionnels, APN, gestionnaires de sites naturels et culturels
- 3 dimensions clés :

  #**territoire**

  #**qualité**

  #**partenariat**

L’accompagnement des entreprises touristiques

La formation des acteurs du tourisme :

L'accompagnement des entreprises touristiques

La création d'outils pédagogiques :

L'accompagnement des entreprises touristiques

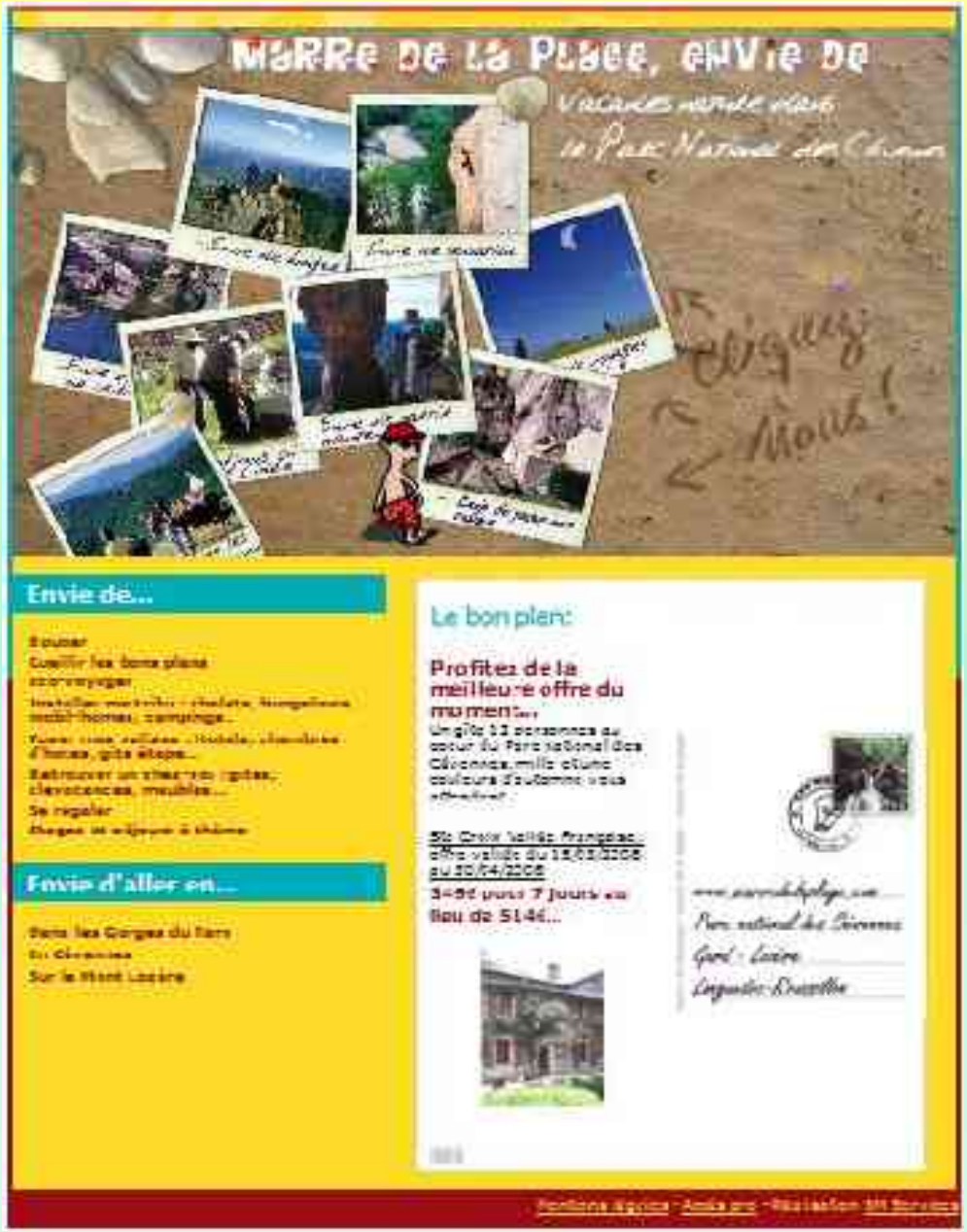
Les actions de promotion :

L’impact de la démarche

Renforcement des partenariats entre professionnels :

- L’Inter Associatif, Turisme Garrotxa...

Un outil de commercialisation pour les courts séjours :



Outil de commercialisation et de promotion du réseau IPAMAC :

Bilan

Les forces de la démarche :

- Approche « gagnant/gagnant »
- Nouveau mode de fonctionnement axé sur le partenariat
- Démarche de territoire
- Accompagnement « sur mesure »
- Démarche de progrès volontaire
- Appréciation individuelle d'une problématique collective

Bilan

Les faiblesses de la démarche :

- Lenteur de la procédure // engagement
- Manque de lisibilité en matière de communication
- Peu de retombées directes à court terme

Enjeux

Pari sur l'avenir :

- Suivi et évaluation de la démarche à long terme
- Pérennité de la démarche
- Accompagnement et formation « sur mesure »
- Adaptation de l'offre // attentes
- Mobilisation et implication active des professionnels
- Concertation entre les différents acteurs

L’écotourisme sur le terrain

L’écotourisme au Québec :

- Une approche « nature »
- Un réseau : Aventure Ecotourisme Québec
- Une volonté politique
- Programme « Sans trace »
- Le boom chez chez hébergeurs
- Un projet de norme sur l’écotourisme

L’écotourisme sur le terrain

Conclusion :

- Alternative intéressante
- Porteur de valeurs fortes
- Outil de développement et de mobilisation
- Marché en plein essor
- Nombreuses déclinaisons

MAIS…

L'écotourisme sur le terrain

Conclusion :

MAIS…

- L'écotourisme ne s'improvise pas, ni ne se décrète
- Ce n'est pas la solution miracle
- Attention à « l'effet de mode »
- Beaucoup de conditions doivent être réunies pour qu'un projet porte ses fruits sur le long terme.

Ceci dit, l'expérience est là, les outils aussi, reste à concrétiser l'essai…

L’écotourisme en coulisse

Qu’est ce un produit d’écotourisme ? :

- Retour sur l’essentiel de la définition
- La qualification écotouristique
- Ce qu’il faut retenir pour « faire » de l’écotourisme

L'écotourisme en coulisse

Retour sur l'essentiel de la définition :

Les « fonctions » de l'écotourisme :

- Protéger l'environnement
- Dégager des bénéfices pour la communauté
- Éduquer, sensibiliser, transmettre
- Responsabiliser l'ensemble des acteurs (hôtes, élus, visiteurs…)

L'écotourisme en coulisse

Qualification écotouristique des prestations :

- S'approprier le concept d'écotourisme (//fonctions)
- Repenser les enjeux (du territoire, de l'entreprise…)
- Questionner sa stratégie
- Considérer les attentes des clientèles
- Qualifier chacun de ses objectifs et actions

- Faire ressortir « l'engagement écotouristique »

L'écotourisme en coulisse

Exemples d'outils :

- Tableau de positionnement
- Grille de qualification

NB : il est possible (et même conseillé) de partir des outils existants ex. : le diagnostic

Tableau de positionnement

Fonctions de l'écotourisme	Enjeux	Objectifs	Actions	Valeur ajoutée	Marge de progression	Partenaires	Moyens	Echéance	Indicateurs de suivi	Transfert / Echange réseau
Protéger l'environnement										
Eduquer, sensibiliser et transmettre des connaissances										
Responsabiliser l'ensemble des acteurs (hôtes et visiteurs)										
Créer des richesses et s'assurer d'une redistribution équitable										

Grille de qualification

Qualification de produits écotouristiques
Hébergement « sec »

Cette grille permet d'évaluer la valeur écotouristique de vos activités.
Cependant, l'objectif n'est pas nécessairement d'obtenir une note performante mais vise à porter un regard écotouristi que sur vos activités.

A. Les atouts de votre hébergement :

Avez-vous développé des actions précises en matière de
(question à choix multiples : 1 pt par case cochée)

☐ gestion de l'eau
☐ gestion des déchets
☐ gestion de l'énergie (équipements limitant la consommation électrique…) et/ou équipement d'énergies renouvelables
☐ intégration du bâtiment dans le paysage
☐ utilisation d'éco-matériaux et de produits d'entretien bio

B. Communication sur la gestion des ressources

La gestion des ressources natu relles peut être communiquée au visiteur pour plus d'efficacité.
(Question évolutive, une seule réponse possible)

\-
1 ☐ aucune communication
2 ☐ vous répondez à la demande occasionnelle sur ce sujet
3 ☐ des affiches/prospectus sensibilisent sur ce suj et
4 ☐ vous participez à cette sensibilisation
\+
5 ☐ vous proposez des visites / des ateliers à thèmes

C. Communication sur le patrimoine naturel, informer, interpréter :

Favoriser la curiosité de la découverte des milieux naturels, faunistique, floristique ; valorisation et préservation de ces derniers

\-
1 ☐ thématique non abordée
2 ☐ vous le promotionnez indirectement 1
3 ☐ espace documentaire à disposition (bibliothèque, mallette pédagogique, cartes, topoguides)
4 ☐ séjours à thématiques écologique su r les milieux naturels / sentiers d'interprétations
\+
5 ☐ vous favorisez une action concrète participant à la protection de la nature et vous participer à cette sensibilisation : sorties, visites accompagnées

D. Communication sur le patrimoine culturel :

Cela comprends l'histoire, les coutumes, les légendes, la langue, l'artisanat, l'architecture, les savoirs faire, les pratiques agricoles, etc…

\-
1 ☐ vous n'en évoquez aucun contenu
2 ☐ vous le promotionnez indirectement [1]
\+
3 ☐ mise à disposition d'un espace documentaire (ouvrages, cartes, bibliothèque)
4 ☐ séjours à thématique culturelle (patrimoniale, historique…)
5 ☐ vous proposez des visites à thème chez plusieurs acteurs locaux (produits du terroirs, artisanat, traditions…)

[1] publicité, référence à d'autres partenaires

Évaluation de votre profil écotouristique

A. Favorisez vous une baisse des transports polluants

(questions à choix multiples ; 1pt par cases cochées)

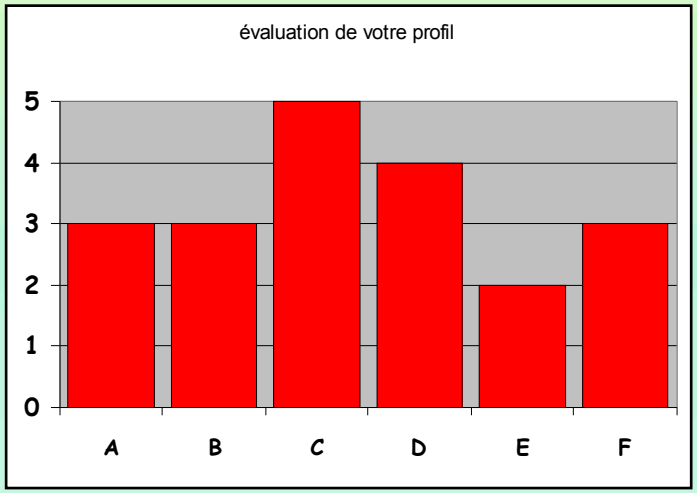
1 ☐ vous favorisez le déplacement en train, accueil des clients à la gare
2 ☐ vous proposez des modes de transport doux (vélo, kayak, cheval)
3 ☐ vous favorisez le covoiturage
4 ☐ vous possédez un véhicule limitant la pollution (gaz…)
5 ☐ vous incitez les visites / balades alentours

B. Développement local et social, favorisez vous :

(questions à choix multiples ; 1pt par cases cochées)

1 ☐ l'achat de produits locaux,
2 ☐ le travail d'artisans régionaux,
3 ☐ l'accueil de publics handicapés ou spécifiques (équipements, chèques vacances…)
4 ☐ le travail en partenariat / réseau / associatif
5 ☐ l'emploi et/ou la formation de personnel au sein de votre structure

	points/5	
A	**3**	hébergement (atouts)
B	**3**	communication / gestion ressources
C	**5**	patrimoine naturel
D	**4**	parimoine culturel
E	**2**	Transports
F	**3**	Développement local et social



Double clickez sur le tableau, et changez vos points de cet exemple :
le graphique vous évalura automatiquement

L’écotourisme en coulisse

Repenser la manière de communiquer :

- Communiquer ses engagements et non ses intentions
- Afficher sa différence (dès la fiche produit)
- Ne pas viser la perfection (ça n’existe pas) mais la **COHERENCE** (//démarche de progrès)
- Communiquer entre acteurs (dialogue et concertation)
- Être **PERTINENT** dans le message //cible
- Jouer sur l’effet réseau (agent multiplicateur)

L'écotourisme en coulisse

Ce qu'il faut retenir :

- Dimension territoire
- Partenariat multiacteurs et concertation
- Engagement fort (des élus mais des professionnels aussi)
- Assurer la pérennité de la démarche
- Pas d'improvisation, ni d'auto-proclamation
- Tous les outils sont adaptables et perfectibles
- Démarche volontaire et de progrès

COHERENCE, PERTINENCE, RESPONSABILITE PARTAGEE

Ecotourisme

Landes de Gascogne

« Transformer l'essai »

Des atouts :

- Un territoire structuré (PNR//Pays)
- Des professionnels sensibilisés qui s'engagent
- Des actions encourageantes (formation, site Internet de promotion…)

Ecotourisme

Landes de Gascogne

« Transformer l'essai »

Ce qui fera la différence :

- Votre capacité à travailler en réseau
- L'innovation en matière d'offre et d'accueil
- Un engagement fort sur le long terme
- La qualité
- Communiquer de manière responsable (pas de « verdissement »)

« La seule faillite est celle de notre imagination ». Pierre Dansereau

Des professionnels qui s'engagent :

1. EcoCyclo
2. L'accueil en gîte Panda
3. La valorisation de l'hivernage des grues cendrées

Références

Agence pour le développement de l'écotourisme :
ade@ecotourisme.eu
www.ecotourisme.eu

Fédération européenne des espaces protégés :
www.europarc.org

Parcs naturels régionaux du Massif Central :
www.parcs-massif-central.com

Association Cévennes Ecotourisme
www.cevennes-ecotourisme.com